

Überzeugen Sie mit archetypischer Ansprache!

Erfolg im Bankgeschäft misst sich immer am Verkaufserfolg. Ein Bankberater ist nur dann erfolgreich, wenn er seinen Kunden vom Angebot überzeugen kann. Doch jeder Mensch hat andere Werte und Bedürfnisse – und möchte entsprechend beraten werden.

Der eine Kunde beharrt partout auf der Sicherheit der Lebensversicherung, wenn es um Geldanlagen geht, der andere möchte lieber die Renditechancen der Aktienmärkte nutzen. Was beide Anlegertypen gemeinsam haben: Sie fühlen sich nur dann gut beraten, wenn sie sich ihrer Persönlichkeit entsprechend behandelt fühlen.

Alles menschliche Sein ist archetypisch, also auf grundlegende Typen zurückzuführen. Bereits in der griechischen Mythologie waren acht Persönlichkeitstypen vorhanden, die mit all ihren Facetten jeweils einen Gott charakterisierten. Diese acht Archetypen drücken auch heute noch die Lebensmotive und Wesenszüge der jeweils beschriebenen Persönlichkeit aus. So gesehen stimmt das Bonmot vom „Mythos Kunde“ – denn jeder Kunde entspricht in seiner Persönlichkeit auch immer einem Mythen-typ. Daraus lassen sich Überzeugungsstrategien ableiten, die Sie im Kundengespräch einsetzen – und erfolgreich Abschlüsse erzielen können:

HERAKLES: DER HERRSCHER

Hier haben Sie es mit einem „Herrscher“ zu tun. Willensstark, kraftvoll und ungeduldig sucht er stets Anerkennung. Aber nicht die Anerkennung von irgendwem, es muss die Anerkennung von „oben“ sein, also die einer Autorität. Dafür tut er alles – ohne Rücksicht auf sich selbst oder andere. Seine Angst ist es, zu verlieren und in Abhängigkeiten zu geraten. Verliert er eine Runde, ist dem anderen seine Rache gewiss.

So überzeugen Sie den Herrscher:

Verhandlungen mit einem Herakles sind ein Kampf um die Macht. Er ist schneller als jeder andere und baut damit Druck auf. Ihre Waffe ist Ihre Autorität, denn nur ein ebenbürtiger Gegner ist ein würdiger Gegner für den Herakles. Erlangen Sie seinen Respekt und damit eine fundierte Grundlage für eine langfristige Kundenbeziehung.

ODYSSEUS: DER EROBERER

Der Odysseus-Typ ist ein ruheloser Geist auf der Suche nach Vielfalt und Abenteuern. Er will sein Leben nicht vergeuden, ohne alle Chancen wahrgenommen zu haben. Nichts und niemand hält ihn, wenn ihn die Lust auf Veränderung und neue Ufer packt. Seine Gefühlslage ist explosiv. Er kann sehr cholerisch sein, aber auch ausgesprochen charmant auf andere wirken.

So überzeugen Sie den Eroberer:

Der Odysseus ist ein kontaktfreudiger und lebhafter Mensch. Ihn erreichen Sie über seine Abenteuerlust, denn er strebt nach dem Wandel und dem Abenteuer. Gestalten Sie Ihre Beratung daher erlebnisorientiert, zeigen Sie Ihrem Kunden, wie Sie ihm Vielfalt finanziell möglich machen können. Auf Druck aber reagiert er schnell gelangweilt, ungeduldig bis aggressiv. Preisgespräche mit dem Odysseus wachsen oft zu einem langwierigen Feilschen aus, treu nach seinem Lebensmotto „Die Jagd ist lohnender als die Beute“. Halten Sie daher in Verhandlungsgesprächen seine Begeisterung für Ihr Angebot wach, sonst verliert der Odysseus schnell

und unvermittelt die Lust am Objekt der Begierde.

NARZISS: DER VERFÜHRER

Der Narziss-Typ ist ein Mensch, der sich selbst mehr liebt als jeden anderen Menschen. Er ist ein Selbstdarsteller und hat eine hohe Begabung, andere in seinen Bann zu ziehen. Dafür möchte er bewundert und bejubelt werden. Nur wenn er sofort ein positives Feedback für seine Leistungen erhält, ist er motiviert, an einer Sache festzuhalten. Seine Angst ist es, seinem Selbstbild nicht zu entsprechen. Außerdem fürchtet er, in einem Leben der Normalität, Austauschbarkeit und Langeweile zu landen, dessen Eintönigkeit nicht seinem schillernden Selbstbild entsprechen würde.

So überzeugen Sie den Verführer:

Den Narziss erreichen Sie am ehesten, wenn sich im Kundengespräch alles um ihn dreht. Dazu werden Sie sich nicht sehr anstrengen müssen, denn Narziss liebt es, sich selbst zu inszenieren. Vermeiden Sie jedoch unter allen Umständen Kritik oder Zweifel an seiner Person. Der Narziss ist sehr begeisterungsfähig und zeigt sich spontan und offen für Neues. Dafür nimmt er auch Risiken in Kauf. Wenn Sie ihn lebhaft von Ihrem Angebot begeistern können, werden Sie erfolgreiche Verkaufsgespräche führen können.

DIONYSOS: DER LEBENSEROTIKER

„Carpe Diem“ ist seine Lebensmaxime. Der Dionysos-Typ lebt den Augenblick, und das jeden Augenblick seines Lebens. Seine Angst

ist es, in der Starre eines geregelten Lebens eingeeengt zu werden und über der Pflicht die Kür zu vergessen. Pflicht erscheint ihm wie ein Gefängnis, das es zu meiden gilt. Dionysos ist meist ausgelassen und liebt die Gesellschaft von Menschen.

So überzeugen Sie den Lebenserotiker:

Das oberste Ziel des Dionysos-Typs ist es, ein angenehmes Leben zu führen. Dabei lebt er voll und ganz im Hier und Jetzt. Dieser Kunde wird für zukunftsorientierte und langfristig bindende Produkte wie Altersvorsorge oder Sparpläne kaum ein offenes Ohr haben. Die überzeugende Gesprächstaktik ist es, ihm die schönen und angenehmen Seiten Ihres Angebotes bildhaft vor Augen zu führen. Zeigen Sie ihm, wie er damit seinen Lebensstandard halten und verbessern kann. So erwecken Sie selbst im Dionysos einen Vorausdenker, der sich auf kommende Genüsse und Abenteuer freuen wird.

AMOR: DER LIEBENDE

Der Amor-Typ will in Gemeinschaft und Harmonie leben. Sein Motiv ist zu lieben und geliebt zu werden. Diese Liebe zeigt sich in einer absoluten Fürsorge für seine Umgebung. Seine Position ist die des treuen Familienvaters. Wenn er sich entscheiden muss, dann hat er von allen Typen die größte Chance, den Weg des Herzens zu gehen.

So überzeugen Sie den Liebenden:

Der Amor ist ein sehr angenehmer und gefühlsbetonter Gesprächspartner. Allerdings auch ein sensibler – er reagiert schnell empfindlich und nachtragend. Sein Motiv ist das Wohl seiner Familie, der er einen guten Lebensstandard bieten möchte. Deshalb überzeugen Sie ihn am ehesten, wenn Sie ihn nicht als Individuum, sondern als Teil seiner Familie behandeln und diese in Ihre Angebote mit einbeziehen.

APOLLON: DER RITTER

Sein Motiv ist die Perfektion. Er will alles verstehen, kontrollieren und beherrschen

und steht damit zwischen Gefühl und Verstand. Apollons Angst ist, den Überblick, die Kontrolle und somit die Macht über die Situation zu verlieren. Dadurch wirkt er auf seine Umwelt manchmal etwas zwanghaft und unnahbar.

So überzeugen Sie den Ritter:

Dieser Kunde möchte alles ganz genau wissen und sammelt Detailinformationen. Doch seine überkritische und misstrauische Art steht ihm ab und zu selbst im Weg. Der Weg zu Apollon führt über sein Vertrauen. Machen Sie sich im Gespräch zu seinem Verbündeten mit dem gemeinsamen Ziel, das richtige Produkt für ihn zu finden.

PROMETHEUS: DER WÄCHTER

Prometheus ist ein klarer Denker und Analytiker. Er handelt strategisch und überlegt. Er verabscheut Hauruck-Entscheidungen und verlässt sich lieber auf seinen Verstand als auf sein Gefühl. Sein größtes Gefühl ist die Angst vor dem Kontrollverlust. Dabei wirkt er zuweilen zwanghaft.

So überzeugen Sie den Wächter:

Mit logischen Argumenten und Faktenwissen überzeugen Sie diesen Kunden am ehesten. Bevor der Prometheus eine Entscheidung trifft, muss er alle Fakten analysieren und Bezüge zu seinen Erfahrungen aus der Vergangenheit herstellen. Eine Entscheidung muss ihm nicht Reichtum einbringen. Aber sie muss in seinen Augen einen Sinn ergeben. Legen Sie sich im Vorfeld deshalb Argumente zurecht, die ihm diesen Sinn liefern. Und drängen Sie ihn nicht zu einer Entscheidung – der Prometheus hat ein Gefühl für Integrität.

ARES: DER KRIEGER

Der Kriegsgott will immer gewinnen – und das um jeden Preis. Getrieben wird er von dem starken Impuls, es allen zu zeigen. Er ist eher in der Kälte zu Hause und durch seine barsche und unfreundliche Art, die er für Direktheit hält, macht er Menschen leicht Angst. Er ist durchsetzungsfähig und beweist Führungsstärke im klassisch autoritären Sinne.

TIPP:

Beobachten Sie Ihren nächsten Kunden einmal genau und ordnen Sie ihn dem zu ihm passenden Mythentyp zu!



So überzeugen Sie den Krieger:

Ares ist ein besonders anspruchsvoller Kunde. Er wird seine Forderungen mit allen Mitteln durchsetzen wollen. Bleiben Sie stets auf einer sachlichen Gesprächsebene und vermeiden Sie Auseinandersetzungen. Ares ist ein Gewinnertyp. Malen Sie ihm in schillernden Farben auf, wie sein Leben mit dem renditestarken Wertpapierfonds, der aussichtsreichen Altersvorsorge oder dem finanzierten Traumhaus zu einem Sieg auf ganzer Linie wird.

Schauen Sie beim nächsten Kunden einmal genau hin: Sie werden rasch lernen, Ihr Gegenüber dem passenden Mythentyp zuzuordnen – und das macht auch noch Spaß!

GASTAUTORIN

Susanne Kleinhenz

ist die Leiterin der live-academy, dem Bildungszentrum der HDI-Gerling Leben und Aspecta für Makler, Mehrfachagenten und Finanzdienstleister. Die Buchautorin (neu: „Der Mann im weiblichen Jahrhundert“) ist zudem als Coach, Trainerin und Kongressrednerin tätig (www.live-academy.eu).

